

展会上云、直播走红、跨境出海……

数字化生存 给宁波外贸 带来哪些进化的契机

记者 严瑾



2020宁波出口商品全球网上展

对于港通天下的宁波来说，外贸的重要性怎么强调也不为过。今年一季度，宁波市进出口额为1842.2亿元。在今年的政府工作报告中，“外贸”二字被提及了十次，足以说明稳住外贸的基本盘，便是稳住全市经济的信心。然而，被迫打满疫情“上下半场”的宁波外贸，面临的考验仍空前严峻。无论是海外实体店关闭导致的外需骤减，还是因防疫而暂停的线下展会，都预示着外贸人赖以拓市的“物理空间”正受到阻隔。

同时，一场“数字化生存”的变革，正在疫情的危机下悄然生长——放眼全国，广交会已确定于6月15日在网上举办，而跨境电商、直播带货等业态，也在为外贸注入新鲜血液。

回到宁波，今年的政府工作报告特别指出，要“举办中东欧商品及国际消费品云上展”，并“支持国家跨境电商综合试验区提升发展”。在这背后，蕴含着哪些危中寻机的可能？

A

宁波举办的展会将如何「上云」？

当前，全球的商务活动出行都不免受到疫情的影响。这也让“网上展”成了业界关注的焦点。特别是广交会、消博会即将“上云”的消息，让不少宁波外贸人在全力以赴筹备之际，仍有些许好奇和疑问：“云上交易会，究竟和阿里巴巴国际站等B2B交易平台有何区别？如果是宁波自己新建的线上平台，该如何确保有外商访问的流量，并成功转化为订单？”

宁波市商务局对外贸易促进处处长费建明认为，要想办好“网上交易会”，关键要在固定的时间段内，做到供需双方交流的实时响应，以优化境外采购商的参展体验。至于大家最关心的“引流”问题，依托“自带流量”的第三方数字展贸平台，将不失为一个良策。

这种形式早在4月28日就已初见端倪。当天，宁波“牵手”国内知名跨境贸易B2B平台——中国制造网国际站，正式开启长达72小时的“2020宁波出口商品全球网上展”。每家宁波展商的页面都植入了即时交互视频洽谈室，得以让企业和五洲四海的外商云对话。

这样一来，宁波的480家参展企业便能获得与外商实时交谈的机会；而中国制造网国际站本身的采购商客群也因此多一个了解宁波制造的窗口。短短3天时间内，这场展会便达到了超过150万人次的访问量，成功将宁波的“供给侧”与海外的“需求侧”对接。

“宁波是全国第一座在中国制造网国际站开辟‘线上会客厅’的城市，这种模式还可推广复制至其他城市。”费建明介绍道，“而宁波即将举办的网上消博会也将参照类似的思路，在全球知名的第三方数字展贸平台上搭建。”在借力第三方“强强联合”的同时，宁波的一些区县（市）也在考虑“从零开始”，把渠道掌握在自己手中。4月14日，中国·鄞州进出口商品交易会平台正式上线，吸引力近800家鄞企注册使用。接下来，该平台将通过Google、Facebook等海外社交媒体渠道做营销推广，预计效果将在长期投入后显现。

值得一提的是，全国各地纷纷“上云”的展会，实则突破了传统的地域限制，给了每座城市平等推介其品牌形象的机会。若是宁波率先通过数字展会，令“宁波制造”的原产地效应深入人心，在疫情结束后或将迎来更大的商机。

当好重要窗口模范生